

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Penelitian Terdahulu

Penelitian ini kiranya sesuai dengan penelitian-penelitian sejenis dengan menggunakan analisis teks media skripsi milik Umi Syariyani (2014) yang berjudul *Konstruksi Dakwah Siyasah Hizbut Tahrir Indonesia (HTI) (Analisis Wacana Kritis Pada Rubrik Media Utama di Tabloid HTI Media Umat Edisi 188-200)*. Penelitian ini membahas tentang konstruksi dakwah Siyasah Hizbut Tahrir Indonesia dalam Tabloid Media Umat edisi 188-200 melalui studi analisis wacana dalam rubrik Media Utama. Penelitian ini melihat bahwa konstruksi dakwah Hizbut Tahrir dalam tabloid media umat adalah berupa ide dan pendapat tentang penolakan terhadap sekulerisme dan sistim demokrasi. Media Umat menampilkan bahwa Khilafah adalah solusi dari problematika yang ada dalam sistem yang saat ini ada, yakni demokrasi. Media umat dalam sajian beritanya kerap kali melakukan marginalisasi terhadap rezim pemerintah yang berkuasa melalui kosakata-kosakata dan kalimat dalam pemberitaannya, bahwa seolah rezim yang saat ini ada adalah kelompok sekuler yang anti Islam.

Lain halnya dengan penelitian milik Siti Muthi'ah Jurusan Komunikasi Dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta (2010) Dalam penelitian ini menggunakan analisis isi pesan dakwah Dalam film *Perempuan Berkalung Sorban*, dalam film ini banyak sekali terdapat pesan moral dan menceritakan seorang wanita yang tegar, cantik dan sangat pintar. metode ini sangat berpengaruh dalam dunia dakwah dengan cara berdakwah melalui film merupakan bagian yang tepat untuk kajian dakwah. maka yang ingin ditelaah adalah pesan moral yang terdapat dalam film tersebut dan apa yang paling menonjol dalam film tersebut. Hasil dari penelitian yaitu terdapat 3 motif yang disampaikan oleh peneliti yaitu isi pesan tentang akhlak, syari'ah, tetapi yang sangat menonjol adalah isi pesan tentang akhlaq seseorang

Adapula penelitian milik Dina Tria Faradita (2017) yang berjudul Komunikasi Dakwah Melalui Komik Di Instagram (Analisis Isi Konten Dakwah Dalam Akun Instagram @Komikin_ajah). Penelitian ini memfokuskan kepada bentuk-bentuk akhlak kepada manusia yang diposting oleh akun media sosial instagram @komikin_ajah yang terkait dalam kategori pesan dakwah memperlihatkan gambar atau tulisan pada postingan tersebut seperti tidak menghargai masakan ibu lalu digambarkan sang ibu menangis, membantu nenek menyebrang jalan, mengolok teman, menghargai perempuan dan menghargai pendapat orang lain, postingan-postingan tersebut memberikan efek positif bagi pembaca komik di instagram pada akun @komikin_ajah.

Secara garis besar dapat disimpulkan bahwa pesan yang disampaikan oleh akun instagram @komikin_ajah memiliki kecenderungan saling menghormati antar sesama manusia, karena faktor akun komik secara umum tidak dalam ruang lingkup agama Islam saja, menghormati sesama manusia adalah kewajiban yang harus dilakukan pada setiap umat manusia, tidak hanya pemeluk agama Islam namun semua masyarakat yang membaca komik pada akun tersebut menangkap pesan yang diberikan oleh akun @komikin_ajah dalam postingannya.

Dari tiga penelitian sejenis diatas dikarenakan penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif yakni penelitian yang dipengaruhi oleh paradigma naturalistik-interpretatif dimana peneliti berusaha mengkonstruksi realitas dan memahami isinya, maka penelitian ini sangat memperhatikan proses, peristiwa, dan otensitas. Menggunakan metode analisis wacana harus mengamati fenomena komunikasi, dengan merumuskan dengan tepat apa yang diteliti dan semua tindakan harus didasarkan pada tujuan tersebut (Cresswell, 1994: 4, dalam Eriyanto, 2013 10).

2.2. Landasan Kerangka Teoritik

2.2.1 Pengertian Dakwah

Dakwah adalah sebuah kegiatan yang dapat dilakukan oleh individu maupun kelompok sebagai proses untuk membimbing orang-orang yang beriman dan

berbuat kebaikan sesama umat islam agar mereka dapat mengamalkan serta mengimani ajaran-ajaran islam didalam semua aspek kehidupan.

Oleh karena itu, dengan adanya kegiatan dakwah yang menyampaikan tentang ajaran islam yang benar dan baik sesuai anjuran pada amar ma'ruf dan nahi munkar, islam akan menjadi suatu tuntunan hidup manusia agar Islam tetap menjadi tuntunan hidup manusia (M. Masykur Amin, 1997: 2).

Secara bahasa kata dakwah berasal dari Bahasa Arab yang berarti panggilan, ajakan atau seruan. Dalam Ilmu Tata Bahasa Arab kata dakwah berbentuk isim masdar sedangkan bentuk fiil-nya (kata kerja) adalah da-a, yad'u yang berarti memanggil, mengajak atau menyeru (Syukir, 1983: 17).

Dakwah adalah term yang terambil dari Al-Qur'an. Ada banyak ayat yang di antara kata-kata yang digunakannya adalah dakwah, atau bentuk lain yang akar katanya sama dengan kata dakwah, yaitu dal, ain, wawu. Menurut hasil penelitian, Al-Qur'an menyebutkan kata dakwah dan derivasinya sebanyak 198 kali, tersebar dalam 55 surat dan bertempat dalam 176 ayat. Ayat-ayat tersebut sebagian besar (sebanyak 141 ayat) turun di Mekah, 30 ayat turun di Madinah dan 5 ayat di pertentangan antara Mekah dan Madinah sebagai tempat turunnya, karena ada perbedaan pendapat tentang turunnya surat Al-Hajj (QS. 22), yakni surat yang memuat kelima ayat tersebut.

b. Arti Dakwah Menurut Istilah (terminology)

Adapun pengertian dakwah secara istilah atau terminologi ada beberapa pakar ilmu dakwah yang telah mencoba untuk merumuskan istilah tersebut, diantaranya perumusan yang dikemukakan antara lain:

1. Thoha Yahya Umar Definisi dakwah menurut Islam adalah:

Menyerukan kepada seluruh manusia dengan cara yang baik kepada jalan yang benar dan sesuai dengan perintah Allah SWT untuk kebahagiaan mereka baik di dunia maupun di akhirat (Toto Tasmara, 1997:).

2. H. Timur Djaelani, M.A.

Dakwah ialah menyeru kepada manusia untuk berbuat baik dan menjauhi yang buruk sebagai pangkal tolak kekuatan mengubah masyarakat dan keadaan yang kurang baik kepada keadaan yang lebih baik sehingga merupakan suatu pembinaan (Rachmat, 2000:4)

Dari beberapa definisi tersebut diatas, meskipun terdapat perbedaan dalam perumusan, jika diperbandingkan satu sama lain, dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a. Dakwah merupakan suatu usaha atau aktivitas yang dilakukan dengan sadar dan sengaja.
- b. Usaha yang dilakukan atau diselenggarakan itu berupa mengajak orang untuk beriman dan mentaati perintah Allah Swt, amar ma'ruf atau perbaikan dan pembangunan masyarakat dan nahi mungkar.
- c. Usaha tersebut dilakukan untuk mencapai tujuan tertentu, yaitu kebahagiaan dan kesejahteraan hidup di dunia dan di akhirat kelak yang diridhoi oleh Allah SWT.

2.2.2 Tujuan Dakwah

Tujuan dakwah tersebut yaitu guna untuk membuat suatu arah dan pedoman agar pergerakan langkah dakwah tidak akan menjadi sesuatu yang sia-sia, karna tujuan dakwah adalah saling berhubungan sangat penting satu dengan yang lain.(Didin Hanifuddin MSc, 1998:79).

Secara umum dakwah adalah sesuatu perilaku yang ingin dirubah kepada orang lain agar bisa menerima ajaran islam dan mengalkannya sesuai yang diperintahkan oleh Allah SWT baik itu masalah sosial, pribadi maupun keluarga, agar mendapatkan keberkahan yang berlimpah.

Jamaluddin Kafie mengungkapkan beberapa tujuan dakwah yaitu:

a. Tujuan Hakiki

Dakwah bertujuan langsung untuk mengajak manusia mengenal Tuhannya dan mempercayai-Nya sekaligus mengikuti jalan petunjuknya.

b. Tujuan Umum

Seruan kepada umat manusia untuk mengindahkan seruan Allah swt dan Rasulnya agar mendapatkan kebahagiaan di dunia dan di akhirat.

c. Tujuan Khusus

Dakwah menginginkan dan berusaha bagaimana membentuk tatanan masyarakat Islam yang utuh dan komprehensif.

d. Tujuan Urgen

Dakwah ingin mencetak manusia yang berakhlak yang secara eksis dapat tercermin dalam fakta hidup dan lingkungannya serta dapat mempengaruhi jalan pikirannya.

e. Tujuan Insidental

Banyaknya problem manusia, dakwah menghendaki untuk dapat meringankan beban manusia dengan jalan memberikan jalan keluar atau solusi persoalan yang lurus berkembang atau memberi jawaban atas berbagai persoalan yang telah dihadapi oleh setiap golongan manusia di segala ruang dan waktu (Jamaluddin Kafie, 1993:66-67).

2.2.3 Unsur-Unsur Dakwah

Dalam proses dakwah agar lebih memberikan seruan yang lebih baik ke jalan Allah SWT dalam hal ini harus dibutuhkan unsur-unsur dakwah agar hasilnya bisa lebih sempurna.

1). Subyek Dakwah

Dalam subyek dakwah, umumnya yaitu seorang (individu) yang disebut sebagai komunikator yang menyampaikan pesan dakwahnya kepada orang lain dan menyebarkan kebaikan sesuai dengan ajaran islam. subyek ini bisa juga berupa, individu, kelompok maupun organisasi yang melakukan dakwah secara lisan ataupun tulisan (Aziz, 2004: 75-79).

2). Objek Dakwah

Objek dakwah yang dimaksud adalah sebagai komunikan atau mad'u sebagai orang yang diberi suatu informasi atau pesan yang sesuai dengan ajarannya, dalam hal ini seluruh manusia yang beriman bisa menjadi objek baik itu muslim maupun yang non muslim (Aziz, 2004: 90).

3). Materi Dakwah

Materi dakwah yaitu suatu isi pesan baik dalam bentuk lisan maupun tulisan yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan terhadap ajaran islam yang jelas sumbernya yaitu qur'an dan hadist (Aziz, 2004:). Sedangkan Asmuni Syukir berkata dalam bukunya tentang Strategi Islam yang terbagi dua golongan yaitu aqidah dan akhlak :

a. Masalah Aqidah

lebih bersifat I'tiqad bathiniyah yang erat hubungannya dengan Rukun Iman. Materi ini wajib untuk disampaikan mupun yang diimani, sehingga materi ini meliputi masalah lain seperti halnya menyekutukan allah dan melanggar larangannya.

b. Masalah Akhlak

Akhlak yang berarti positif maupun juga negatif. Yang termasuk positif adalah akhlak yang sifatnya benar, amanah, sabar dan sifat baik lainnya. Sedang yang negatif adalah akhlak yang sifatnya buruk, seperti sombong, dendam, dengki dan khianat.

4). Metode Dakwah

Metode dakwah yaitu pelaku yang melakukan tugasnya dengan caranya sendiri agar tercapainya tujuan dakwah yang baik. sehingga wajib menentukan metode yang dilakukan oleh pendakwah.

Berikut ini akan dikemukakan metode dakwah yang mungkin dapat dijadikan pilihan dalam melaksanakan dakwah Islam ditengah masyarakat, yaitu antara lain:

1) Hikmah

Dakwah dengan hikmah kebijaksanaan dapat melampaui berbagai cara nasehat maupun mujaadalah yakni dengan uswatun hasanah. Cara ini termasuk baik walaupun tanpa perkataan atau sikap maupun perlakuan. Dakwah dengan Percontohan juga baik dilakukan sebagaimana dakwah membaca ayat-ayat al qur'an dan membacanya dengan fasih agar jamaah tergerak hatinya dan mau mempelajari al qur'an.

Dakwah melalui bantuan sosial ini memang dirasakan kurang sekali, apalagi jika melihat kondisi umat Islam sebagian besar masih hidup dibawah garis kemiskinan. Namun demikian tidak berarti bahwa tugas yang mulia itu tidak dapat dilakukan, mengingat potensi umat Islam masih cukup besar, lagi pula banyak sumber-sumber dana sosial Islam yang belum tergali dengan baik disebabkan karena berbagai faktor

5). Media Dakwah

Media dakwah adalah bentuk bantuan yang dapat digunakan sebagai alat dakwah agar bisa menambah proses yang baik untuk menyampaikan pesan yang berguna sehingga media sangat penting sebagai penghubung guna melakukan dakwah (Aminuddin Sanwar, 1981:93).

Dalam bentuk penyampaian dakwah dengan menggunakan media bisa dilakukan secara lisan, tulisan, audio maupun visual

- 1). Dakwah melalui saluran lisan, yaitu dakwah secara langsung atau face to face dengan mad'u.
- 2). Dakwah melalui tulisan, yaitu dakwah melalui bentuk tulisan- tulisan. Seperti: surat kabar, majalah, dan sebagainya.
- 3). Dakwah melalui lukisan, yaitu dakwah dengan bentuk gambar, karikatur dan sebagainya.
- 4). Dakwah melalui audio visual, yaitu dakwah dengan menggunakan alat komunikasi yang dapat merangsang indra pendengaran dan penglihatan. Seperti: televisi, film, slide, OHP, internet, dan sebagainya.
- 5). Dakwah dengan akhlak, yaitu dakwah dengan keteladanan atau perbuatan nyata tentang ajaran Islam oleh da'i.
- 6). Efek Dakwah, Efek dakwah merupakan akibat dari pelaksanaan proses dakwah. Positif atau negatif efek dakwah itu berkaitan erat dengan unsur-unsur dakwah lainnya, tidak bisa terlepas hubungannya (Bactiar, 1997: 36).

2.3. Media Baru Dalam Studi Komunikasi

Munculnya media baru tidak terlepas dari internet di zaman yang modern ini. media baru yaitu mencakup kemunculan era digital atau jaringan teknologi komunikasi abad ke 20. Sebagian besar teknologi yang dilihat sebagai media baru yang memiliki karakteristik memanipulasi, padat, mapat, interaktif dan memikat, sehingga dipahami semata- mata sebagai konsekuensi teknologi komunikasi. Apalagi dengan kemunculan internet sebagai salah satu media baru ini juga akan memunculkan dampak sosial yang kecil dalam kehidupan masyarakat. Sehingga membawa konsekuensi baik secara langsung ataupun tidak (Widjayanti. 2016: 348).

2.3.1 Karakteristik Media Baru

Dengan adanya media seperti yang sudah ada televisi, radio, surat kabar, media baru memiliki karakteristik yaitu:

1. Interaktif

Karakteristik ini menjadi salah satu kunci dari media baru karena jika dibandingkan dengan media lama seperti televisi, radio, dan surat kabar, media baru telah diakui paling interaktif.

2. Hipertekstual

Artinya setiap informasi yang sudah ada di media lama seperti televisi, radio, dan surat kabar kembali dimasukkan ke dalam media baru dengan tampilan yang sudah disesuaikan. Hal ini digunakan sebagai database perpindahan media dari media lama ke media baru sehingga informasi yang dahulu tidak hilang begitu saja

3. Jaringan (Networking)

Berarti di dalam media baru internet terdapat beberapa jaringan yang saling menguatkan untuk mempermudah orang untuk menemukan dan menggunakan internet dalam mencari informasi. Jaringan itu antara lain The World Wide web,

website perusahaan/Negara, situs media social, blog network, forum online dan sebagainya. Jaringan ini merupakan media baru dan juga menjadi kunci dari media baru.

4. Maya atau Virtual

Karakteristik ini menjadi karakteristik yang melemahkan bagi media baru internet, karena sifatnya yang maya sehingga identitas seseorang atau kelompok di dalam media baru internet ini menjadi tidak jelas atau tidak dipercaya sepenuhnya. Wilayah jangkauan penyebaran informasi di internet sangatlah bebas tidak ada batas, sehingga penyebaran informasi sangat mudah didapat oleh siapa saja.

5. Simulasi

Dalam zaman digital memiliki hubungan yang dekat dengan peniruan atau simulasi. Setiap media mempunyai akibat akanditirukan olah khalayak, sama halnya media lama. Media baru menirukan beberapa dari media lama yang masih bias diangkat ke dalam media baru. Khalayak pengguna media baru juga akan meniru apa informasi yang ia dapat di dalam media baru ke dunia nyata yang mempengaruhi hidupnya.

2.3.2. Media Internet

Internet yaitu jaringan komunikasi yang terbuka dan menghubungkan jaringan komputer. Internet muncul pada jaringan jarak jauh yang dikembangkan oleh ARPAnet (Advanced research Project Agency Network), yang menghubungkan pusat penelitian pertahanan dengan penelitian di universitas amerika.

Jaringan internet dikembangkan di Indonesia pada tahun 1983 di universitas Indonesia, selama kurang lebih 4 tahun di tahun yang sama. Sampai dengan saat ini perkembangan internet telah banyak tersebar bahkan digunakan oleh perusahaan, organisasi, maupun perorangan juga bisa menggunakan internet kapan dan dimanapun berbagai informasi dari berbagai tempat (Budi, Ester, Eddy, Samuel, 2007:).

2.3.3. Media Sosial

Dari perkembangan hubungan individu dengan perangkat media akan terlihat dampak perkembangan yang berbeda. Oleh sebab itu, dengan adanya media sosial yang merupakan bagian yang tidak jauh berbeda dengan cara kerja komputer. Dalam media sosial ada beberapa bentuk yang harus kita pahami yaitu pengenalan, komunikasi dan kerjasama, dari penjelasan di atas bahwa media sosial adalah media internet yang mana enggunanya dapat mengekspresian dirinya maupun berinteraksi, kerja sama dan berbagi dengan yang lain. (Rulli, 2016: 8).

2.3.4. Jenis Media Sosial

jenis media sosial bisa di kategorikan sehingga menjadi suatu unsur dalam sebuah media social itu sendiri yaitu:

1. *Social Networking* (Jaringan Sosial)

Jaringan sosial merupakan suatu media yang sangat terkenal, dalam jenis situs jaringan sosial maka setiap pengguna media sosial dapat berinteraksi satu dengan yang lain dalam bentuk teks maupun gambar dan bisa digunakan sebagai tempat saling mengirim informasi.

2. Blog

Media social blog atau website dapat digunakan sebagai aktivitas para penggunanya sebagai tempat berbagi informasi, tempat belajar dan lain sebagainya.

3. Twitter

Media sosial twitter adalah suatu bentuk aplikasi media yang cukup banyak peminatnya, karena di dalam media tersebut seseorang bisa berekspresi maupun berinteraksi kepada siapa pun dengan batas yang sudah ditentukan.

4. Instagram

Media sosial instagram yaitu merupakan kumpulan gambar atau foto yang dapat kita publikasikan kepada pengguna yang lainnya, dalam penggunaan instagram tidak hanya tentang foto, akan tetapi dapat melakukan interaksi baik itu dalam bentuk teks atau pesan informasi yang dapat kita sampaikan kepada pengguna lain (Putri, 2013)

Instagram adalah media digital yang dapat meningkatkan kreatifitas penggunanya karena didalam instagram tidak hanya sebuah penyampaian informasi melainkan akan dijumpai oleh fitur yang sangat beragam

diantaranya seperti fitur yang membuat foto akan menjadi lebih indah, artistic dan tampak cantik (Atmoko, 2012:10).

Atmoko dalam bukunya menulis tentang instagram yaitu sebuah alat untuk berbagi foto dan video yang bisa menggunakan sebuah filter digital guna mengubah penampilan efek pada foto tersebut, lalu mempublikasikan kepada sesama penggunanya. Lima menu utama yang ada dalam instagram sebagai berikut :

a) Home Page

Home page adalah halaman utama yang menampilkan (*timeline*) foto-foto terbaru dari sesama pengguna yang telah diikuti. Cara melihat foto yaitu hanya dengan menggeser layar dari bawah ke atas seperti saat scroll mouse di komputer. Kurang lebih 30 foto terbaru dimuat saat pengguna mengakses aplikasi, Instagram hanya membatasi foto-foto terbaru.

b) Comments

Sebagai layanan jejaring sosial Instagram menyediakan fitur komentar, foto-foto yang ada di Instagram dapat dikomentar di kolom komentar. Caranya tekan ikon bertanda balon komentar di bawah foto, kemudian ditulis kesan-kesan mengenai foto pada kotak yang disediakan setelah itu tekan tombol send.

c) Explore

Explore merupakan tampilan dari foto-foto populer yang paling banyak disukai para pengguna Instagram. Instagram menggunakan algoritma rahasia untuk menentukan foto mana yang dimasukkan ke dalam explore feed.

d) Profil

Profil pengguna dapat mengetahui secara detail mengenai informasi pengguna, baik itu dari pengguna maupun sesama pengguna yang lainnya. Halaman profil bisa diakses melalui ikon kartu nama di menu utama bagian

paling kanan. Fitur ini menampilkan jumlah foto yang telah diupload, jumlah follower dan jumlah following.

e) News Feed

New feed merupakan Fitur yang menampilkan notifikasi terhadap berbagai aktivitas yang dilakukan oleh pengguna Instagram. *News feed* memiliki dua jenis tab yaitu *Following* dan *News*. Tab *following* menampilkan aktivitas terbaru pada user yang telah pengguna *follow*, maka tab *news* menampilkan notifikasi terbaru terhadap aktivitas para pengguna Instagram terhadap foto pengguna, memberikan komentar atau *follow* maka pemberitahuan tersebut akan muncul di tab ini.

Agar bagian foto yang di sebarakan terlihat lebih memiliki makna informasi maka bagian itu diberi sedikit tulisan diantaranya yaitu:

1. Tema atau Judul
bagian foto yang terlihat sedikit bermakna akan diberikan judul guna memperkuat karakter maupun pesan yang disampaikan oleh pengguna tersebut.
2. Hashtag
Dalam fitur ini yaitu berbentuk pagar (#) yaitu akan sangat memudahkan bagi pengguna untuk mencari nama pengguna yang lain.
3. Tempat atau Lokasi
Selain untuk mempublikasikan foto maupun informasi fitur ini juga dapat melihatkan lokasi dimana pengguna tersebut berada. Oleh karena itu instagram tidak hanya foto maupun penyampaian informasi melainkan jejaring social. Sehingga ada aktivitas yang bisa dilakukan di dalam instagram yaitu :

a. Follow

follow adalah pengikut, dari pengguna Instagram pengguna satu agar mengikuti atau berteman dengan pengguna lain yang menggunakan Instagram.

b. Like

Like adalah suatu ikon dimana pengguna dapat menyukai gambar ataupun foto pada Instagram, dengan cara menekan tombol like dibagian bawah caption yang bersebelahan dengan komentar. Kedua, dengan double tap (mengetuk dua kali) pada foto yang disukai.

c. Komentar

Komentar adalah aktivitas dalam memberikan pikirannya melalui katakata, pengguna bebas memberikan komentar apapun terhadap foto, baik itu saran, pujian atau kritikan.

d. Mentions

Fitur ini adalah untuk menambah pengguna lain, caranya dengan menambah tanda arroba (@) dan memasukan akun instagram dari pengguna tersebut.

2.4. Dakwah di Media Sosial Instagram

Dakwah erat kaitannya dengan menyampaikan ajaran Islam kepada umat, berkomunikasi, agar penyampaian dakwah sesuai dengan unsur komunikasi yang baik. Ilmu komunikasi sangatlah pesat perkembangannya. Salah satu disiplinnya adalah ilmu komunikasi yang berbentuk komunikasi visual. Komunikasi visual merupakan komunikasi melalui penglihatan yang merupakan sebuah rangkaian proses penyampaian informasi atau pesan kepada pihak lain dengan penggunaan media penggambaran yang hanya terbaca oleh indera penglihatan. Komunikasi visual mengkombinasikan seni, lambang, tipografi, gambar, desain grafis, ilustrasi, dan warna dalam penyampaiannya. Oleh karena itu, komunikasi visual suatu disiplin ilmu sebagai penunjang kegiatan dakwah, Media dakwah

(wasilah) adalah alat yang digunakan untuk menyampaikan materi dakwah dakwah bisa menggunakan berbagai macam wasilah yaitu lisan, tulisan, audio visual.

Salah satu media dakwah komunikasi visual yang trend saat ini adalah aplikasi media sosial instagram. Instagram sendiri merupakan salah satu aplikasi berbagi foto dan video yang dimungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya dalam berbagai layanan jejaring sosial lainnya. Dapat diketahui instagram adalah salah satu aplikasi media sosial yang menampilkan foto atau video yang di bagikan kepada khalayak menggunakan jaringan internet. Pengguna instagram bermacam-macam, sehingga banyak orang menggunakan sesuai dengan passion yang mereka sukai. Salah satu targetnya ialah untuk berdakwah. Melalui akun instagram pendakwah juga bisa menyampaikan dakwahnya melalui gambar yang dibagikan melalui akunnya. Oleh karena itu dakwah komunikasi visual melalui akun instagram @khalidbasalamahofficial dapat menyampaikan nilai dakwah secara lebih mudah dan efektif.

Penelitian ini melihat dari sudut pandang yang berbeda seperti biasanya. Penelitian ini melihat dari dua unsur yaitu pesan dakwah dan interpretasi dakwah komunikasi visual. Unsur dakwah yang meliputi pesan atau materi yang disampaikan oleh akun instagram tersebut. Interpretasi dakwah yang dikaitkan unsur desain komunikasi visual ilmu yang mempelajari imajinasi kreatif yang diaplikasikan dalam berbagai media melalui unsur-unsur desain seperti garis, bidang, warna. Ilustrasi, tipografi, dan tata letak (layout). Penelitian ini merupakan masalah yang lagi kekinian atau trend saat ini. Keunggulan komunikasi visual yaitu menariknya kemasan yang disampaikan kepada semua orang, dibuat secara ringan, ada gambar, kata-kata yang mudah dipahami.

2.5. Masyarakat Modern dan Penggunaan Media Baru

Masyarakat modern merupakan kumpulan masyarakat majemuk yang berkembang sesuai dengan perubahan zaman yang terjadi.

Kehidupan modern juga menjadi sebuah alasan bagi beberapa pelaku media untuk mempopulerkan pesan yang ingin mereka sampaikan kepada masyarakat umum melalui media baru (New Media).

Media baru memiliki tempat yang khusus dihati para masyarakat modern yang mayoritas menggunakan kemajuan teknologi untuk mempermudah mereka memperoleh informasi bahkan pemenuhan kebutuhan hidup mereka.

Berikut ciri masyarakat modern yang yang disampaikan oleh Alex Inkeles dalam (Hamidi : 2010)

1. kesediannya untuk menerima pengalaman pengalaman baru dan keterbukannya bagi pembaharuan dan perubahan.
2. kemampuan untuk memiliki ide atau pendapat tentang persoalan yang sedang berkembang baik yang timbul disekitarnya mapun diluar.
3. bekerja secara terjadwal, menggunakan waktu secara efektif dan efisien untuk kepentingan sekarang dan masa depan.
4. optimis dapat memecahkan berbagai permasalahan hidup manusia.
5. optimis bahwa “ keadaan dapat diperhitungan” untuk dapat bekerja sama dengan pihak lain melakukan kewajiban secara bertanggung jawab.
6. memiliki kesadaran tentang harga diri dan menghargai diri orang lain terutama mereka yang lemah.

7. memiliki kepercayaan pada pentingnya ilmu pengetahuan dan teknologi.

8. Percaya pada perlunya keadilan dalam pembagian seperti pemberian ganjaran pada mereka yang bekerja dan berjasa.

Dalam penjelasannya diatas, menjelaskan bahwa salah satu ciri masyarakat modern adalah mampu menerima perubahan baru dalam kehidupan mereka, sehingga mereka bisa menerima apa saja yang masuk dalam kehidupan mereka.

Celah inilah yang kemudian dimanfaatkan oleh pelaku sosial media yang pada dasarnya platform mereka akan diterima oleh masyarakat modern seiring dengan penerimaan masyarakat modern terhadap sesuatu hal yang baru dalam hidup mereka.

2.6. Pengertian Isi Pesan Komunikasi

Pesan adalah sesuatu yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan melalui peroses komunikasi (Tasmara, 1987). Sedangkan pesan dalam buku pengantar ilmu komunikasi yang ditulis oleh (Hafied, 2004) yang berisi tentang bahwa pesan adalah serangkaian isyarat yang diciptakan oleh seseorang untuk maksud tertentu dengan harapan bahwa penyampaian isyarat itu akan berhasil dalam menimbulkan sesuatu.

Komunikasi dalam kehidupan manusia terasa sangat penting, karena dengan komunikasi dapat menjembatani segala dalam bentuk ide yang akan disampaikan seseorang. Dalam setiap melakukan

komunikasi unsur penting diantaranya adalah pesan, karena pesan disampaikan melalui media yang tepat, bahasa yang dimengerti, kata-kata yang sederhana dan sesuai dengan maksud, serta tujuan pesan itu akan disampaikan dan mudah dicerna oleh komunikan. komunikan. Adapun pesan itu menurut Onong Effendy, menyatakan bahwa pesan adalah : suatu komponen dalam proses komunikasi berupa paduan dari pikiran dan perasaan seseorang dengan menggunakan lambang, bahasa/lambang-lambang lainnya disampaikan kepada orang lain”. (Effendy,1989)

Onong Uchjana juga mengatakan dalam bukunya Ilmu Komunikasi (Teori dan Praktek) (2007), pesan dapat diartikan pernyataan yang dihadirkan dalam bentuk lambang/symbol-simbol yang mempunyai arti. Hal tersebut dapat terbentuk melalui beberapa, unsur diantaranya :

- a. Verbal simbol diucapkan/tertulis.
 - b. Non verbal simbol disampaikan tertulis dan diucapkan juga dalam bentuk gerak-gerak garis dan isyarat/ gambar lukisan dan warna.
- Jadi, pesan merupakan suatu hal yang dijadikan sebagai isyarat dalam kegiatan berkomunikasi, karena dengan suatu pesan hubungan komunikasi seseorang dengan lainnya akan berjalan dengan baik untuk mencapai tujuan yang diinginkan.

Pesan dapat dimengerti dalam tiga unsur yaitu kode pesan, isi pesan dan wujud pesan.

- a. Kode pesan adalah sederetan simbol yang disusun sedemikian rupa

sehingga bermakna bagi orang lain. Contoh bahasa Indonesia adalah kode

yang mencakup unsur bunyi, suara, huruf dan kata yang disusun sedemikian rupa sehingga mempunyai arti.

b. Isi pesan adalah bahan untuk atau materi yang dipilih yang ditentukan oleh

komunikator untuk mengomunikasikan maksudnya.

c. Wujud pesan adalah sesuatu yang membungkus inti pesan itu sendiri, komunikator memberi wujud nyata agar komunikan tertarik akan isi pesan didalamnya. (Siahaan,1991).

Pesan juga dapat dilihat dari segi bentuknya, Menurut A.W. Widjaja dan M.

Arisyk Wahab terdapat tiga bentuk pesan yaitu:

a. Informatif

Yaitu untuk memberikan keterangan fakta dan data kemudian komunikan mengambil kesimpulan dan keputusan sendiri, dalam situasi tertentu pesan informatif tentu lebih berhasil dibandingkan persuasif.

b. Persuasif

Yaitu berisikan bujukan yakni membangkitkan pengertian dan kesadaran manusia bahwa apa yang kita sampaikan akan memberikan sikap

berubah. Tetapi berubahnya atas kehendak sendiri. Jadi perubahan seperti ini

bukan terasa dipaksakan akan tetapi diterima dengan keterbukaan dari penerima.

c. Koersif

Menyampaikan pesan yang bersifat memaksa dengan menggunakan sanksi-sanksi bentuk yang terkenal dari penyampaian secara inti adalah agitasi

dengan penekanan yang menumbuhkan tekanan batin dan ketakutan dikalangan publik. Koersif berbentuk perintah-perintah, instruksi untuk penyampaian suatu target.(Widjaja Wahab,1987)

Untuk menciptakan komunikasi yang baik dan tepat antara komunikator dan komunikan, pesan harus disampaikan sebaik mungkin, hal

yang perlu dipertimbangkan dalam penyampaian pesan yaitu:

1) Pesan itu harus cukup jelas (clear). Bahasa yang mudah dipahami, tidak berbelit-belit tanpa denotasi yang menyimpang dan tuntas.

2) Pesan itu mengandung kebenaran yang sudah diuji (correct). Pesan itu berdasarkan fakta, tidak mengada-ada dan tidak meragukan.

3) Pesan itu ringkas (concise) tanpa mengurangi arti sesungguhnya.

4) Pesan itu mencakup keseluruhan (comprehensive). Ruang lingkup pesan

mencakup bagian-bagian yang penting yang patut diketahui komunikan.

5) Pesan itu nyata (concrete), dapat dipertanggung jawabkan berdasarkan data

dan fakta yang ada dan tidak sekedar kabar angin.

6) Pesan itu lengkap (complete) dan disusun secara sistematis.

7) Pesan itu menarik dan meyakinkan (convincing). Menarik karena dengan dirinya sendiri menarik dan meyakinkan karena logis.

8) Pesan itu disampaikan dengan segar.

9) Nilai pesan itu sangat mantap, artinya isi di dalamnya mengandung pertentangan antara bagian yang satu dengan yang lainnya. (Siahaan, 1991).

